商品售后服务成熟度评价技术规范

CTS XBHT-S04-2025

2025-09-01 发布　　2025-09-01 实施

北京新标恒通认证有限公司　　发布

目录

0 前言 4
1 范围 5
2 规范性引用文件 5
3 术语和定义 5
3.1 商品（commodity） 5
3.2 服务（service） 5
3.3 质量（quality） 5
3.4 售后服务（after-sales service） 5
3.5 评价（evaluation） 6
3.6 评价体系（evaluation system） 6
3.7 评价指标（evaluation index） 6
3.8 客户（customer） 6
3.9 售后服务管理师（after-sales service management professional） 6
3.10 5 评级体系（5-star rating system） 6
4 评价原则 6
4.1 公正性 6
4.2 客观性 6
4.3 系统性 6
4.4 适配性 7
4.5 持续改进 7
5 评价指标及权重优化 7
5.1 售后服务体系（35 分） 7
5.2 商品管理（15 分） 8
5.3 商品服务（25 分） 9
5.4 顾客服务（25 分） 10
6 评价方式与方法 11
6.1 评价实施要求 11

6.2 评分规则 11
6.3 评价结果与 5 级等级划分 12
7 评价报告与监督管理 13
7.1 评价报告 13
7.2 监督管理 13

0 前言

本标准由北京新标恒通认证有限公司制定

本标准主要起草人：张艳军、李燕京、何小云、张倩倩

2025 年 12 月 4 日修订，修订内容：确立最高 5 级的评级体系，删除原标准中超过 5 级的不合理分级，明确各等级对应分值区间（大于等于 70 分为一级至 95 分及以上为五级），符合国家相关要求。

商品售后服务成熟度评价技术规范

1 范围

本标准规定了商品售后服务成熟度评价的基本原则、核心指标、评价方法及 5 级等级要求。

本标准适用于各类组织（含生产企业、销售企业、服务公司等）开展内部售后服务体系自我评估，也适用于第三方认证机构、行业主管部门等外部机构进行客观评价，同时可为组织建立、完善商品售后服务成熟度体系及提升服务质量提供参考依据。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件；凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 27922-2011 商品售后服务评价体系
- GB/T 16868-2015 商品经营服务质量管理规范
- SB/T 10409-2007 商业服务业客户满意度测评规范
- GB/T 19011-2021 管理体系审核指南
- 国家认监委关于服务认证工作的相关管理规定（现行有效版本）

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 商品（commodity）

用于交换、能满足人们某种需求的有形产品或无形产品。

3.2 服务（service）

为满足顾客需求，供方与顾客之间接触的活动及供方内部活动所产生的结果，包括人员劳务服务、实物辅助服务、无形产品交付等。

3.3 质量（quality）

一组固有特性满足要求的程度（注：可通过“差、好、优秀”等形容词修饰，“固有特性”指事物本身具备的永久属性）。

3.4 售后服务（after-sales service）

自商品售出或无形产品交付顾客之日起，供方提供的有偿或无偿服务，包括但不限于配送安装、技术

支持、维修保养、退换货、召回、顾客关系维护等活动。

3.5 评价（evaluation）

依据既定标准，对事物的性质、数量、优劣程度等进行的客观判断。

3.6 评价体系（evaluation system）

以评价为目的，由指标体系、评价方法、评分规则、5 级等级划分等要素构成的有机整体。

3.7 评价指标（evaluation index）

具体、可观察、可测量的评价内容，是开展售后服务成熟度 5 级评价的核心依据。

3.8 客户（customer）

售后服务的接收对象，可为组织或个人，包括终端消费者、经销商、代理商等。

3.9 售后服务管理师（after-sales service management professional）

经具备资质的机构培训并考核合格，取得相应职业资格证书，专门从事售后服务管理工作的专业人员。

3.10 5 评级体系（5-star rating system）

以 100 分为满分，将商品售后服务成熟度划分为一至五级五个等级的评价体系，其中五级为最高等级，代表售后服务达到卓越水平。

4 评价原则

4.1 公正性

评价活动应遵循公平、公正、公开原则，严格遵守 GB/T 19011-2021 中关于审核公正性的相关要求，评价人员应独立开展工作，不受任何外部因素干扰。

4.2 客观性

以客观事实为依据，严格按照本标准规定的指标和方法执行评价，如实记录评价过程和结果，避免主观臆断。

4.3 系统性

评价应覆盖售后服务全流程，包括体系建设、商品管理、服务实施、顾客反馈等各个环节，确保评价结果的全面性和完整性。

4.4 适配性

指标权重与评分规则充分适配 5 级评级体系，各等级分值区间划分科学合理，能够精准区分不同成熟度水平的售后服务能力。

4.5 持续改进

评价结果应作为组织商品售后服务成熟度体系持续改进的重要依据，组织应建立评价结果分析与改进机制，第三方机构应按年度开展监督评价，每三年进行一次重新评价，推动售后服务质量持续提升。

5 评价指标及权重优化

本标准采用百分制评分，总分 100 分。结合 5 级评级体系要求，优化指标权重分配，突出售后服务核心环节（商品服务、顾客服务）的评价占比，同时兼顾体系建设与商品管理的基础保障作用。具体指标大类、中类及小类权重（分值）如下:

5.1 售后服务体系（35 分）

作为售后服务开展的基础保障，权重占比 35%，涵盖组织架构、人员配置、资源配置、规范要求、监督、改进、服务文化 7 个中类指标。

5.1.1 组织架构（5 分）

- 5.1.1.1 法定资质与收费标准明示齐全规范（1 分）
- 5.1.1.2 企业标识与服务标志设置合规醒目（1 分）
- 5.1.1.3 售后服务部门设立明确、岗位职责清晰（1 分）
- 5.1.1.4 服务网点覆盖合理、管理有效（1 分）
- 5.1.1.5 服务网点设立方式合规、不适用情况说明充分（1 分）

5.1.2 人员配置（6 分）

- 5.1.2.1 服务人员资质与数量满足业务需求（1 分）
- 5.1.2.2 售后服务管理师占比不低于 10%（1.5 分）
- 5.1.2.3 从业人员职业道德与素养达标（1 分）
- 5.1.2.4 职业形象符合行业或企业要求（0.5 分）
- 5.1.2.5 特殊行业从业人员健康管理规范（0.5 分）
- 5.1.2.6 培训体系完善、培训与考核记录完整（1 分）
- 5.1.2.7 继续教育制度落实到位、档案齐全（0.5 分）

5.1.3 资源配置（6 分）

- 5.1.3.1 售后服务专项经费充足、使用规范（3.5 分）
- 5.1.3.2 基础设施完备、维护保养到位（2.5 分）

5.1.4 规范要求（6 分）

- 5.1.4.1 售后服务管理制度健全、手册完整公示（2.5 分）
- 5.1.4.2 规范制定符合法律法规、从业人员知晓（1 分）
- 5.1.4.3 文件与记录管理规范、可追溯（2.5 分）

5.1.5 监督（3 分）

- 5.1.5.1 监督机构或专职人员设置到位（1 分）
- 5.1.5.2 奖惩机制完善、监督评价有效（2 分）

5.1.6 改进（4 分）

- 5.1.6.1 跨部门信息反馈机制畅通、改进有效（1.5 分）
- 5.1.6.2 复杂问题攻关与咨询机制健全（1 分）
- 5.1.6.3 通过国家认可的相关认证（0.7 分）
- 5.1.6.4 积极参与服务标准化建设（0.8 分）

5.1.7 服务文化（5 分）

- 5.1.7.1 服务理念清晰、从业人员认同（1.5 分）
- 5.1.7.2 服务承诺统一规范、有效传递给顾客（2 分）
- 5.1.7.3 服务文化宣传到位、品牌口碑良好（1.5 分）

5.2 商品管理（15 分）

作为售后服务质量的前置保障，权重占比 15%，涵盖商品采购、运输、贮存 3 个中类指标。

5.2.1 商品采购质量管理（6 分）

- 5.2.1.1 供应商评价与管理体系健全、合同规范（3 分）
- 5.2.1.2 进货验收制度严格、证明文件齐全（3 分）

5.2.2 商品运输质量管理（3 分）

- 5.2.2.1 运输质量控制文件与操作规程完备（1.5 分）
- 5.2.2.2 运输工具防护到位、流程合规（1.5 分）

5.2.3 商品贮存质量管理（6 分）

- 5.2.3.1 仓储管理制度完善、贮存条件适宜（3 分）
- 5.2.3.2 仓储检查与记录制度落实到位（3 分）

5.3 商品服务（25 分）

作为售后服务的核心实施环节，权重占比 25%，涵盖商品信息、技术支持、配送、维修、质量保证、废弃商品回收 6 个中类指标。

5.3.1 商品信息（4 分）

- 5.3.1.1 商品包装信息完整准确（0.8 分）
- 5.3.1.2 商品附属文档规范易懂（1.2 分）
- 5.3.1.3 保修与收费信息明示清晰（0.8 分）
- 5.3.1.4 安全提示与使用年限明示规范（0.6 分）
- 5.3.1.5 系统性缺陷信息公开及时（0.6 分）

5.3.2 技术支持（5 分）

- 5.3.2.1 安装调试服务及时专业（1.5 分）
- 5.3.2.2 使用指导与培训服务到位（1.5 分）
- 5.3.2.3 持续技术支持与保养服务合规（1 分）
- 5.3.2.4 收费项目与标准明示规范（1 分）

5.3.3 配送（3 分）

- 5.3.3.1 商品包装安全牢固（1.5 分）
- 5.3.3.2 配送承诺兑现及时、异常沟通到位（1.5 分）

5.3.4 维修（6 分）

- 5.3.4.1 报修登记与接待服务规范（1 分）
- 5.3.4.2 包修保修服务符合法规与承诺（1 分）
- 5.3.4.3 维修人员形象规范、流程合规、记录完整（1.5 分）
- 5.3.4.4 维修设施设备维护到位（1 分）
- 5.3.4.5 维修配件质量与供应保障到位（1 分）
- 5.3.4.6 长期维修或延误维修的补偿措施到位（0.5 分）

5.3.5 质量保证（6 分）

- 5.3.5.1 商品质量符合法规与明示要求（1 分）
- 5.3.5.2 质保期与保修期设置合规（1 分）
- 5.3.5.3 退换货服务符合法规、收费明示清晰（1.5 分）
- 5.3.5.4 商品缺陷召回与补救措施到位（1.5 分）
- 5.3.5.5 贸易型企业联动机制与先行赔付落实到位（1 分）

5.3.6 废弃商品回收（1 分）

- 5.3.6.1 回收信息明示清晰、符合安全环保要求（0.5 分）
- 5.3.6.2 回收处置规范或委托资质合规（0.5 分）

5.4 顾客服务（25 分）

作为售后服务的核心体验环节，权重占比 25%，涵盖顾客关系、服务管理、投诉处理、服务跟踪 4 个中类指标。

5.4.1 顾客关系（6 分）

- 5.4.1.1 多元化顾客反馈渠道健全、受理时间明示（1.2 分）
- 5.4.1.2 官方网站售后服务专栏完善、功能有效（1 分）
- 5.4.1.3 顾客信息管理规范、隐私保护到位（1.3 分）
- 5.4.1.4 顾客满意度调查规范、结果分析与改进有效（1.5 分）
- 5.4.1.5 主动服务与回馈活动针对性强（1 分）

5.4.2 服务管理（10 分）

- 5.4.2.1 服务用语规范、特色服务（英语/手语）具备条件（1.5 分）
- 5.4.2.2 接待服务主动热情、适配顾客需求（1.5 分）
- 5.4.2.3 收银服务规范、支付方式多元化（1.5 分）
- 5.4.2.4 辅助服务项目完善、信息明示清晰（2 分）
- 5.4.2.5 商品与服务信息沟通及时有效（1.5 分）
- 5.4.2.6 顾客财产管理规范、记录完整（1 分）
- 5.4.2.7 差异化售后服务方案健全（1 分）

5.4.3 投诉处理（6 分）

- 5.4.3.1 投诉处理机制健全、档案完整（2 分）

- 5.4.3.2 投诉响应与处理及时、满意度达标（2.5 分）
- 5.4.3.3 调解人员配备到位、应急与补救措施有效（1.5 分）

5.4.4 服务跟踪（3 分）

- 5.4.4.1 服务跟踪方式多元、信息反馈及时（1.5 分）
- 5.4.4.2 服务失误识别与补救机制完善、进展告知及时（1.5 分）

6 评价方式与方法

6.1 评价实施要求

- 6.1.1 评价工作应由具备相应资质的评价机构组织实施，评价小组由 1 名或以上审查人员组成，审查人员应具备售后服务管理审查等相关专业能力和经验。
- 6.1.2 评价前应制定详细的评价计划，明确评价目的、范围、依据、时间安排、人员分工等内容；评价计划应覆盖商品售后服务体系、商品管理、商品服务、顾客服务等全部指标。
- 6.1.3 评价采用文件审查与现场审查相结合的方式，包括查阅相关文件和记录、与管理人员及从业人员访谈、现场观察服务过程、随机访问顾客等；评价方法应符合 GB/T 19011-2021 的相关要求。
- 6.1.4 评价时应根据商品类别（如食品、家电、汽车、服务类产品等）的特性，识别指标的适用性；对不适用的指标，应在评价报告中说明理由，且该指标不参与评分计算。
- 6.1.5 不同组织的售后服务成熟度对比评价，应在同一商品类别、同一规模层级范围内进行，确保评价结果的可比性。

6.2 评分规则

- 6.2.1 本标准采用百分制评分，总分 100 分，指标分值按本标准第 5 章规定执行。
- 6.2.2 评分依据为评价过程中验证的指标实施情况，按以下规则扣分：

  定性指标：完全符合要求得满分，部分符合要求按符合程度按比例扣分，完全不符合要求得 0 分；

- 定量指标：达到规定要求得满分，未达到要求的按实际完成比例扣分；
- 需抽样验证的指标（如人员培训记录、投诉处理案例等），抽样样本应具有代表性（抽样数量不少于总样本的 2/3 或覆盖全部服务网点），按样本不符合比例扣分。

6.2.3 指标删减规则：因商品类别或组织特性导致指标不适用的，经评价小组确认后可删减该指标，其分值不计入“涉及项总分值”；评分计算公式为：
最终得分=（实际得分÷涉及项总分值）×100

6.2.4 评分等级参考标准按表 1 执行，评审人员应根据指标完成情况对照评分。

得分要求	评价要点	对应等级适配说明
70 分以下	指标实施水平极差，无有效记录或结果；无相关数据支撑；存在严重合规性问题。	未达到等级标准（不合格）
≥70 分	指标实施处于基础阶段，核心指标基本满足要求；相关数据较少，趋势平稳。	适配一级（达标水平）
≥75 分	指标实施在多数方面满足要求，售后服务达到良好水平，服务体系初步完善，服务质量基本稳定。	适配二级（良好水平）
≥80 分	指标实施在多数方面满足要求，售后服务达到较高良好水平，服务流程规范，顾客满意度较好	适配三级（优良水平）
≥90 分	指标实施在大多数方面表现良好，服务质量稳定；相关数据充分，有持续改进趋势。	适配四级（优秀水平）
≥95 分	指标实施在核心环节达到卓越水平，服务体系完善，具备个性化服务与预判能力；数据全面详实，趋势优秀。	适配五级（卓越水平）

6.3 评价结果与 5 级等级划分

- 6.3.1 评价结果以最终得分和 5 级等级形式呈现，5 级等级直观反映商品售后服务成熟度的完善程度，五级为最高等级。

- 6.3.2 合格线要求：最终得分≥70 分为评价合格，可参与等级评定；最终得分 < 70 分为评价不合格，组织应在规定期限内完成整改后重新申请评价。

- 6.3.3 5 级等级划分：

  一级（达标）级：≥70 分，代表售后服务达到基础达标水平，核心服务流程基本建立，能够满足

顾客基本需求。

- 二级（良好）级：≥75 分，代表售后服务达到良好水平，服务体系初步完善，服务质量基本稳定。
- 三级（优良）级：≥80 分，代表售后服务达到较高优良水平，服务流程规范，顾客满意度较好。
- 四级（优秀）级：≥90 分，代表售后服务达到优秀水平，服务体系完善，具备持续改进能力，顾客满意度高。
- 五级（卓越）级：≥95 分，代表售后服务达到卓越水平，具备智能化服务系统、个性化解决方案能力，服务口碑优良，可作为行业标杆。

7 评价报告与监督管理

7.1 评价报告

评价机构应在评价工作完成后 15 个工作日内出具《商品售后服务成熟度评价报告》，报告应重点体现 5 级评价相关内容，包括但不限于：

- 评价基本信息（评价对象、范围、时间、依据、人员）；
- 评价过程概述（文件审查、现场审查情况）；
- 指标评分详情（各指标得分、扣分原因，适配等级的核心依据）；
- 最终得分及 5 级等级结论；
- 优势与不足分析（聚焦等级提升的关键环节）；
- 改进建议（针对性提出等级提升的具体措施）。

7.2 监督管理

- 7.2.1 获得等级评价的组织，应在经营场所显著位置公示等级证书和评价报告摘要（含等级等级及核心评价结论），接受社会监督。
- 7.2.2 第三方评价机构应建立年度监督评价机制，对获得等级评价的组织进行跟踪评价，重点核查等级水平的保持情况，对未达标的组织提出整改要求。
- 7.2.3 等级证书有效期为 3 年，但自发证之日起每 12 个月内，获证组织必须进行监督审核并经审核合格后，初审证书与保持认证资格通知书一并使用方继续有效。组织应重新申请评价；逾期未申请的，原等级证书自动失效。
- 7.2.4 若组织在有效期内发生重大服务质量事故、顾客投诉集中或违反相关法律法规的，评价机构有权降低其等级等级或撤销等级证书，并向社会公示。